

Люкс-ритейл пригорода

премиальная розница
на западе Московской области



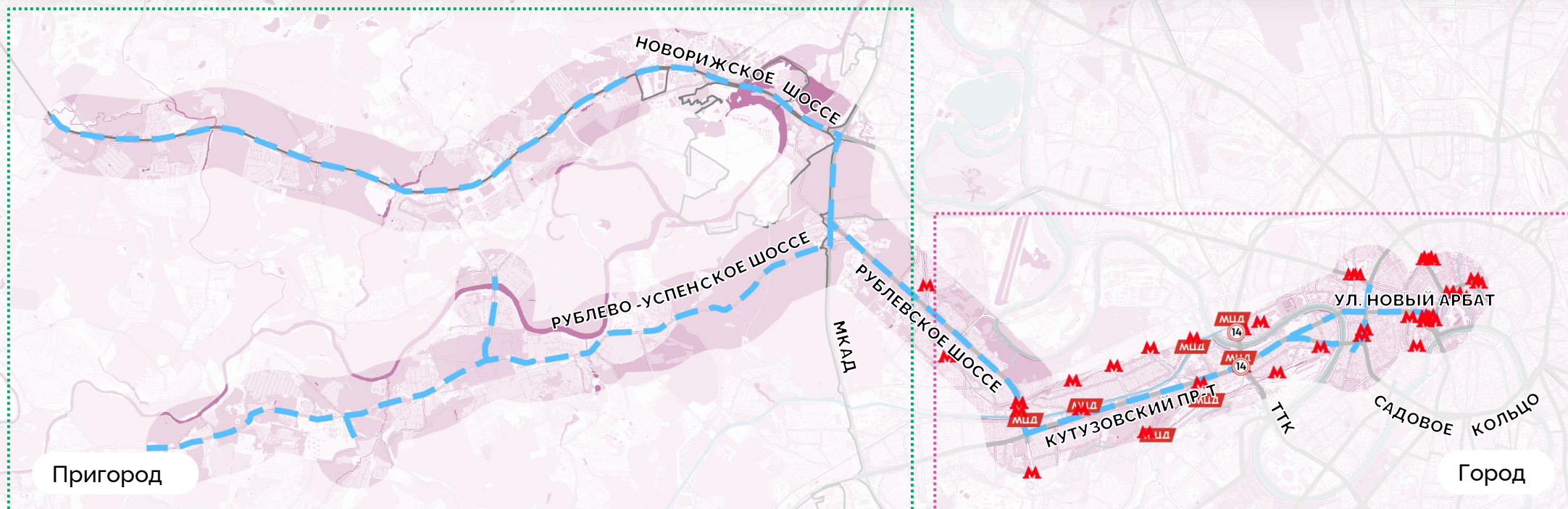
Методология и предмет исследования

Исследование охватывает единый коридор люксового ритейла на западе Москвы — от центра города до загородных посёлков. С точки зрения географии мы сегментируем его на две зоны:

- Город — люкс вдоль городских магистралей от центра до периферии города: улица Охотный Ряд, Садовое кольцо (Новинский бульвар, Смоленская площадь), улица Большая Дорогомиловская и Кутузовский проспект.
- Пригород и периферия — люкс за пределами МКАД и в черте города, но с ориентацией на потребителей, проживающих в пригороде: Рублёвское, Рублёво-Успенское и Новорижское шоссе.

Таким образом, городская и загородная зоны лежат на одном непрерывном пути: ритейл плавно перетекает из одного формата в другой – от центра к области, что позволяет сравнивать структуру арендаторов двух зон в рамках единого коридора.

Люксовый резидент – оператор высшей ценовой категории, отвечающий минимум двум критериям из четырёх: позиционирование и статус бренда, уровень цен, формат точки и ориентация на аудиторию с высоким уровнем дохода. Операторы массового, среднего и премиум сегмента в выборку не включались. Всего в исследование включено 589 резидентов: 341 в городской зоне и 248 – в пригородной.



Пригородная зона:
Рублёво-Успенское,
Рублёвское
и Новорижское шоссе



Пригородное направление: кто формирует рынок

Структура арендаторов за городом отражает образ жизни постоянных резидентов. Здесь представлены люксовые Fashion-операторы (26,6% от общего количества резидентов) - традиционно основная для розничной торговли категория, несмотря на загородное расположение. В отличие от классического ритейла высока доля товаров для дома (23,8%): формат проживания в загородном доме предполагает значительную потребность в ремонте и обустройстве.

Следующая по значимости группа – Автомобили и автомобильные услуги (10,5%), что объясняется актуальностью люксовых марок и автосервиса для жителей премиальных локаций рядом. Сервисная инфраструктура также представлена широко: Другие услуги и сервисы – 8,5%, а доля ресторанов и кафе (8,1%) подтверждает спрос на гастрономический досуг вблизи дома – такие заведения размещены в мультиформатном стрит-ритейле и отдельно стоящих зданиях, что позволяет им находиться в непосредственной близости к основным локациям с концентрацией загородной недвижимости премиального сегмента.

Категории, не связанные с повседневными нуждами, представлены значительно меньше, например Ювелирные изделия и часы – 1,6%, доли операторов косметики и парфюмерии и других также минимальны (0,4–0,8%)

Характерные для люкса категории, в меньшей степени представленные в массовом ритейле:



Умный дом

Товары и услуги для дома



Дизайн интерьера

Товары и услуги для дома



Яхтинг

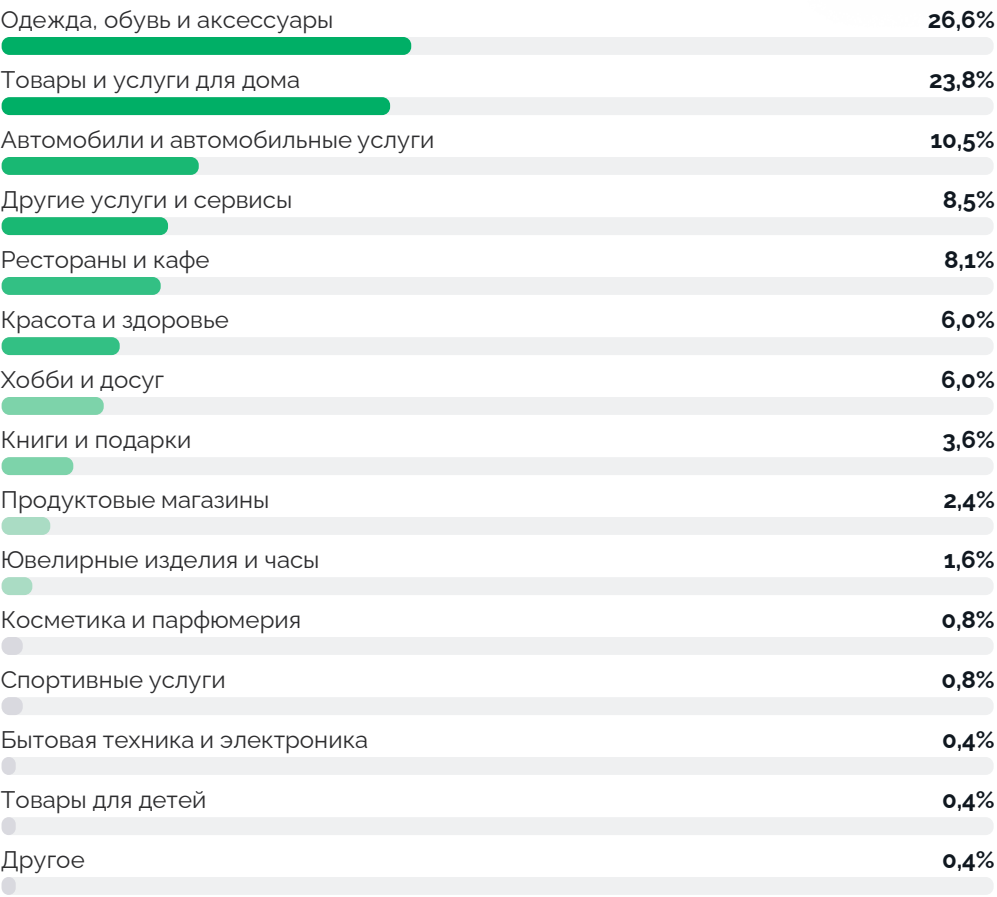
Хобби и досуг



Вертолётные услуги

Хобби и досуг

Структура резидентов пригородной зоны по категориям, по количеству, %



Источник: CORE.XP
В выборку включались только резиденты люксового сегмента

География люксового предложения пригородной зоны

Структура категорий в различных форматах ритейла в пригородной зоне, по количеству, %

65% люксового предложения пригородной зоны

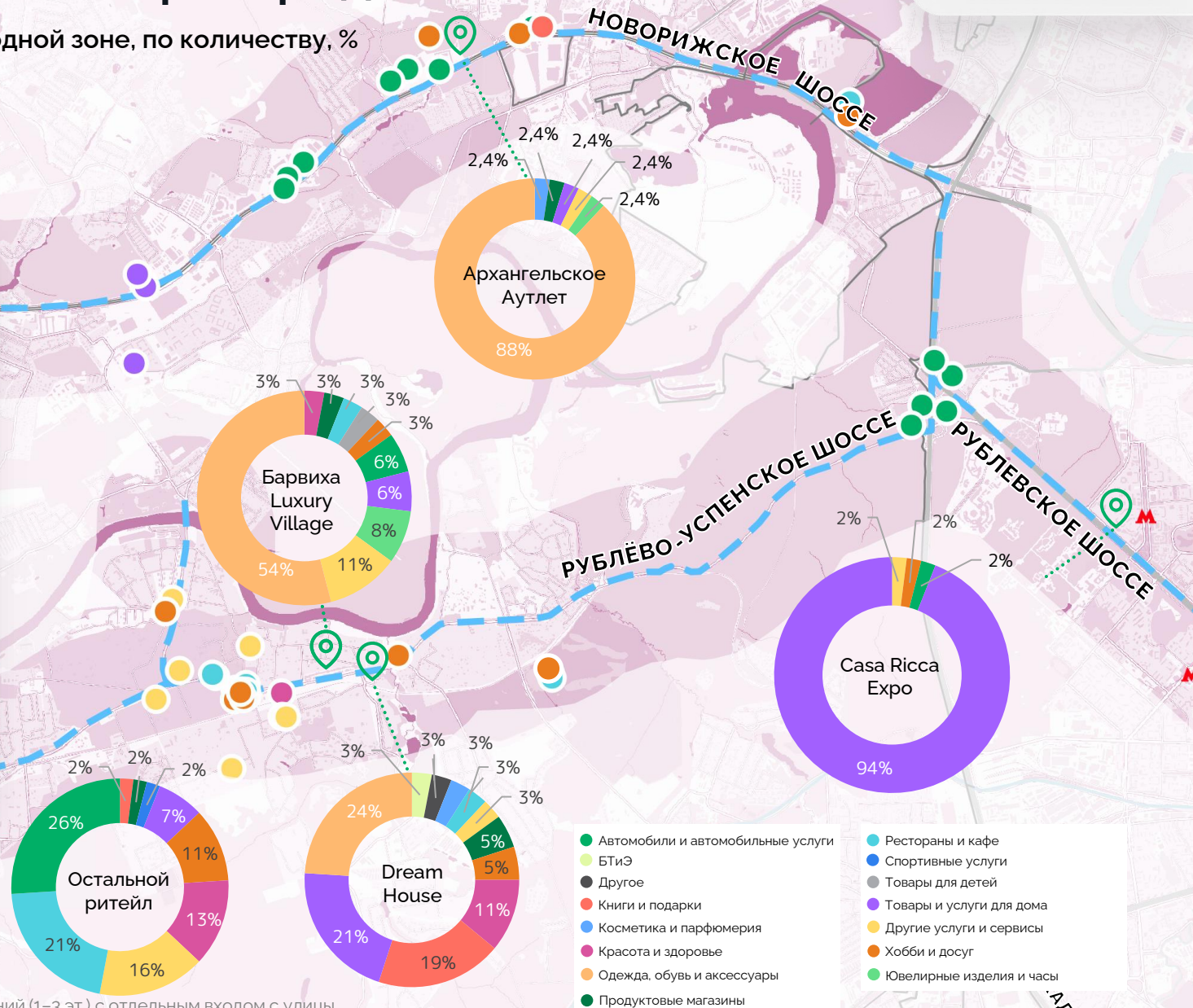
сосредоточено в четырёх ТЦ: Dream House, Барвиха Luxury Village, Архангельское Аутлет и Casa Ricca Expo – 160 из 248 точек. С большим отрывом лидируют категории – Одежда, обувь и аксессуары (41%) и товары и услуги для дома (33%); доля каждой из остальных не превышает 4,4%.

58% Fashion-резидентов (38 из 66 точек)

сосредоточено в ТЦ Архангельское Аутлет, 71% Товаров и услуг для дома (42 из 59 точек) – в Casa Ricca Expo, 50% Автомобилей и автомобильных услуг (13 из 26 точек) – в Major City; рынок пригородной зоны кластеризован. Категория «Одежда, обувь и аксессуары» превалирует в структуре арендаторов таких ТЦ, как Dream House, Барвиха Luxury Village и Архангельском Аутлете, где специализация на ней особенно выражена (88%).

35% (88 точек) общего предложения

приходится на объекты вне четырёх ТЦ. Из них 26% работают в формате автосалонов и автосервисов, а остальная доля представлена мультиформатным стрит-ритейлом и отдельно стоящими зданиями.



Источник: CORE.XP

В выборку включались только резиденты люксового сегмента
Мультиформатный стрит-ритейл – торговые операторы на первых этажах малоэтажных зданий (1–3 эт.) с отдельным входом с улицы.
Отдельно стоящее здание – одноэтажное строение, в котором размещается один или два арендатора
Остальной ритейл – мультиформатный стрит-ритейл и отдельно стоящие здания

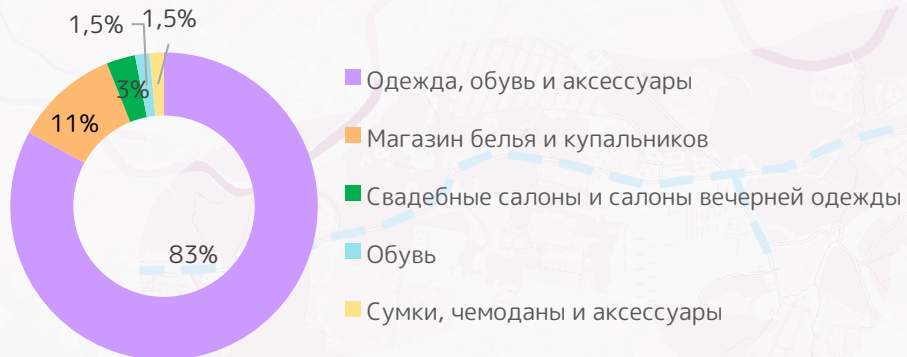
Где сосредоточена «высокая мода» за городом?

Люксовый Fashion на Западе Москвы сосредоточен в трёх локациях: Архангельское Аутлет (58%), Барвиха Luxury Village (29%) и Dream House (13%).

Архангельское Аутлет и Барвиха Luxury Village находятся на стороне Рублёво-Успенского шоссе, ведущей в сторону загорода: такое расположение может поддерживать покупательскую модель «по дороге домой».

83% Fashion-операторов предлагают смешанный ассортимент – одежду, обувь и аксессуары в одном бутике. При этом присутствуют **свадебные салоны и салоны вечерней одежды – 3%**, что примечательно для пригородной зоны.

Распределение резидентов по подкатегориям «Одежда, обувь и аксессуары», по количеству, %



Архангельское
Аутлет

Барвиха
Luxury Village

Dream House

Источник: CORE·XP
В выборку включались только резиденты люксового сегмента

От подушки до лифта – под одной крышей

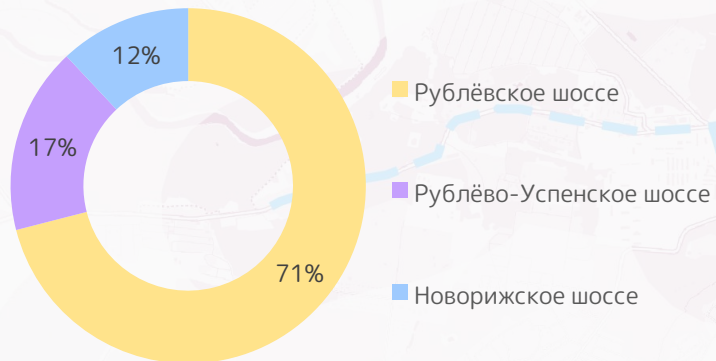
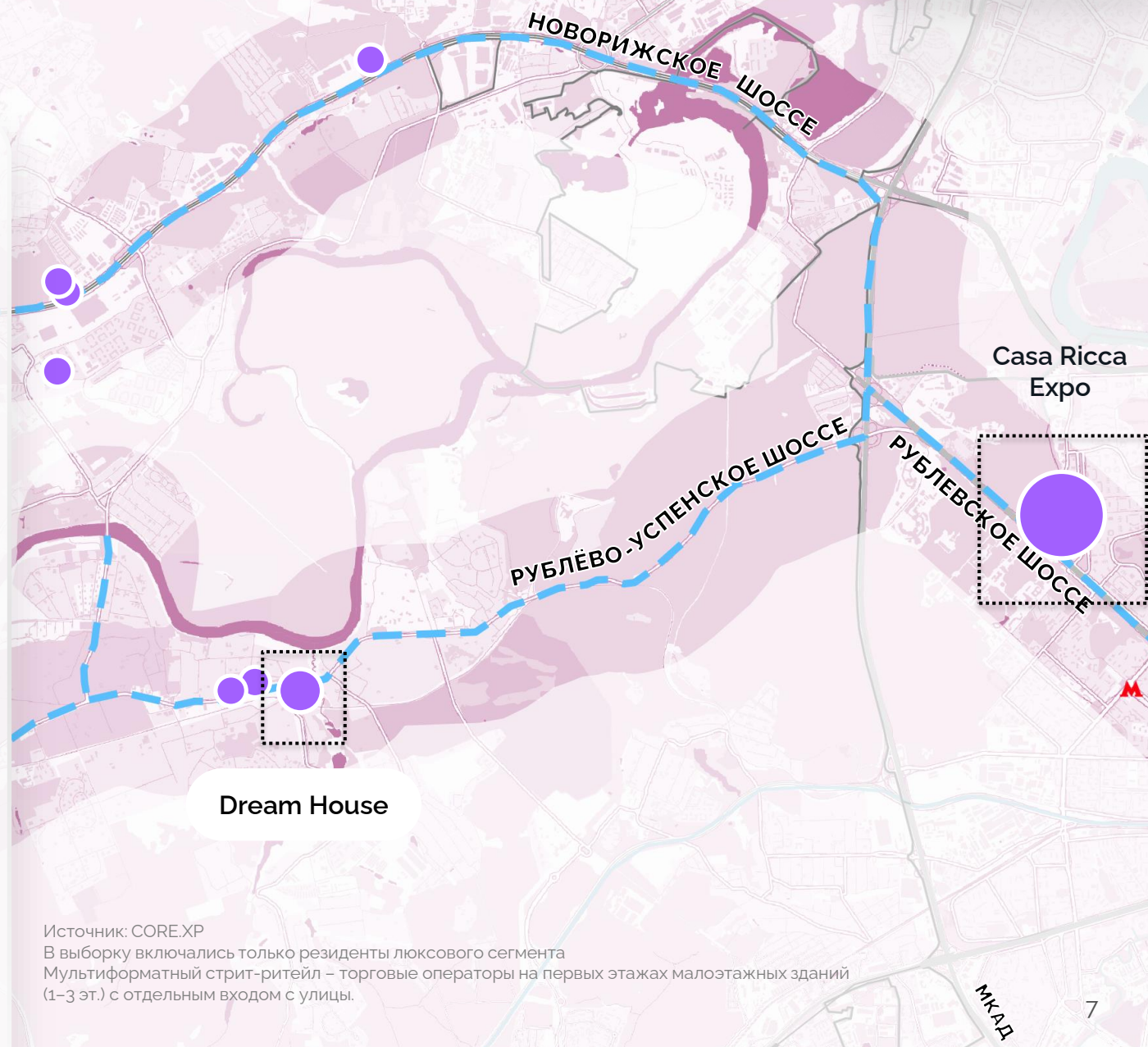
90% предложения категории Товары и услуги для дома сосредоточено в ТЦ вдоль шоссе, 10% – в мультиформатном стрит-ритейле. Основной кластер – **Casa Ricca Expo**, интерьерный центр класса люкс: **71%** предложения, формат многоэтажного ТЦ позволяет представить всё разнообразие товаров для дома. На втором месте – **Dream House**, **14%**. Рынок пригорода кластеризирован: категория почти полностью собрана в одном объекте.

В категории выделяются две группы операторов в зависимости от стадии обустройства дома: отделка, 44% (кухни, умный дом и т.п.), и обустройство, 56%, где преобладает мебель (38%), а также ковры ручной работы, текстиль.

На Рублёво-Успенском шоссе все резиденты категории (100%) относятся к обустройству дома. На Рублёвском шоссе распределение почти равномерное: 52% – отделка, 48% – обустройство.

На Новорижском шоссе и в ТЦ Архангельское Аутлет преобладает подкатегория отделка – 57%, обустройство составляет 43%.

Распределение резидентов категории «Товары и услуги для дома», по количеству, %



Источник: CORE.XP

В выборку включались только резиденты люксового сегмента

Мультиформатный стрит-ритейл – торговые операторы на первых этажах малоэтажных зданий (1–3 эт.) с отдельным входом с улицы.

Автомобильная столица запада

Новорижское шоссе – главное сосредоточение автосалонов в сегменте люкс на западе Подмосковья

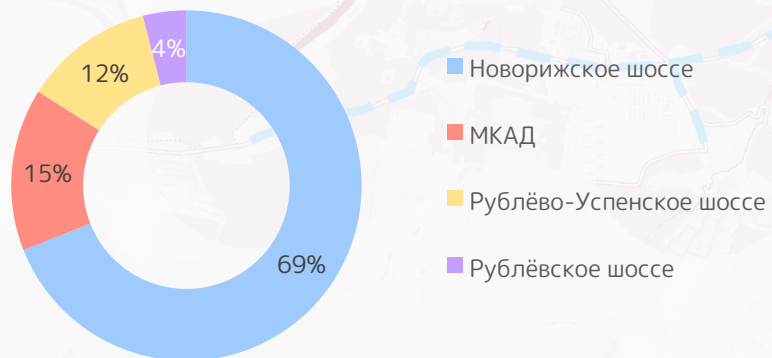
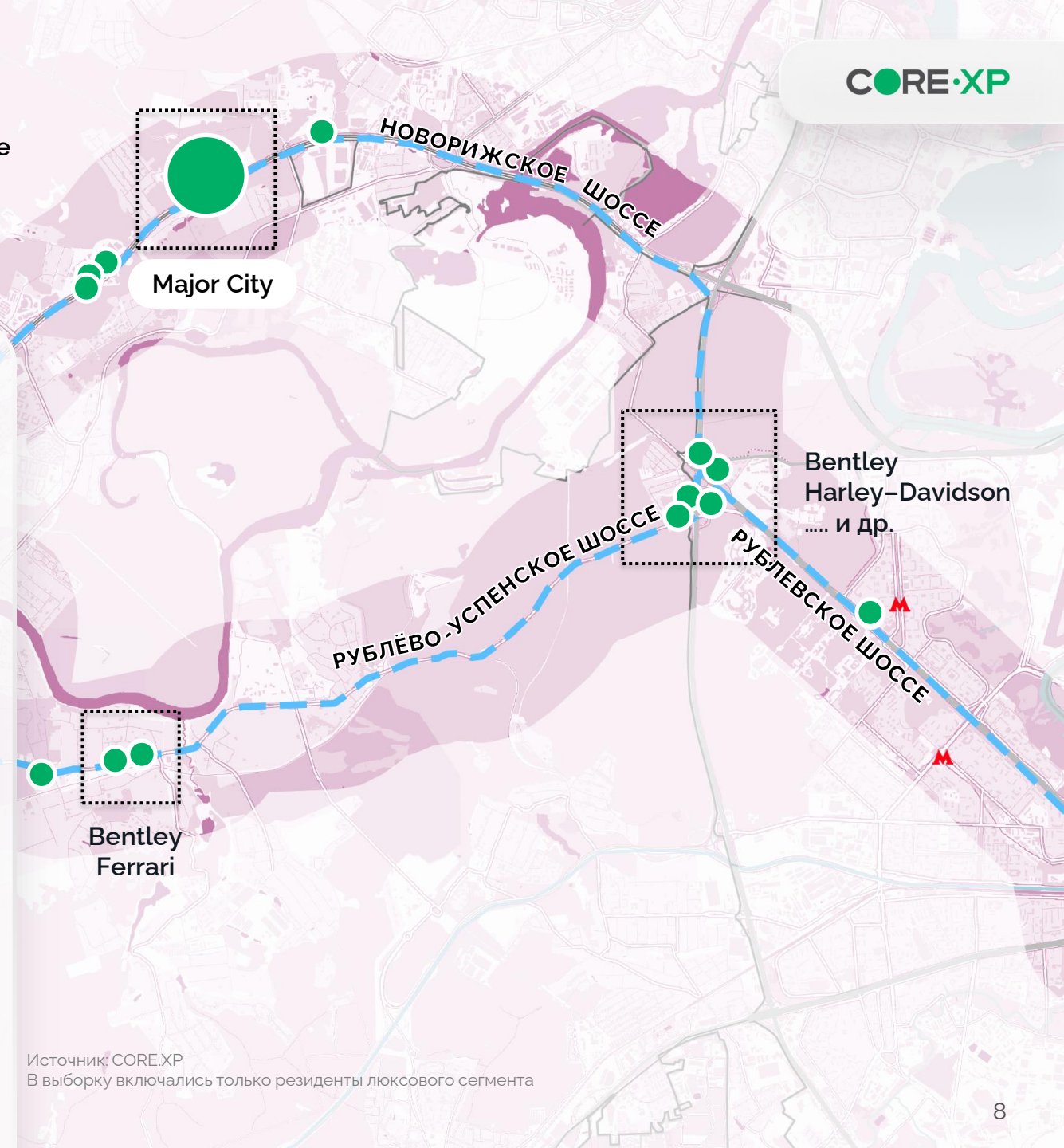
CORE·XP

73% предложения автомобилей и автомобильных услуг составляют автосалоны, автомобильные услуги – 27%. Категория в исследуемой зоне характеризуется ярко выраженной кластерной структурой. В дилерском центре Major City на Новорижском шоссе сосредоточено 53% автосалонов и 43% операторов услуг по обслуживанию или дизайну автомобиля – это главный автомобильный «центр» направления.

32% автосалонов расположены у МКАД: 16% – на въезде с Новорижского шоссе и 16% – на съезде на Рублёво-Успенское шоссе, где работают Bentley Москва, Порше Центр Рублёвский и Harley-Davidson.

Также они представлены в ТЦ Барвиха Luxury Village, 2 салона – Ferrari и Bentley (11% автосалонов). Близость к премиальным коттеджным посёлкам создаёт комфортную среду для покупки автомобилей класса люкс.

Распределение резидентов категории «Автомобили и автомобильные услуги», по количеству, %



Источник: CORE.XP
В выборку включались только резиденты люксового сегмента

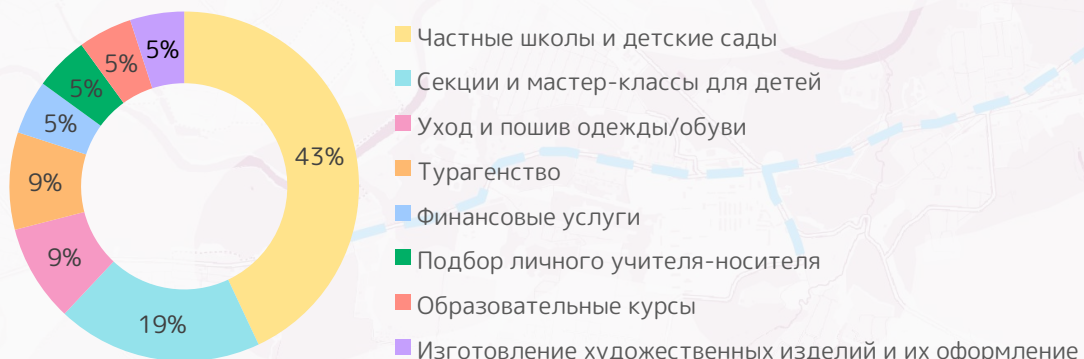
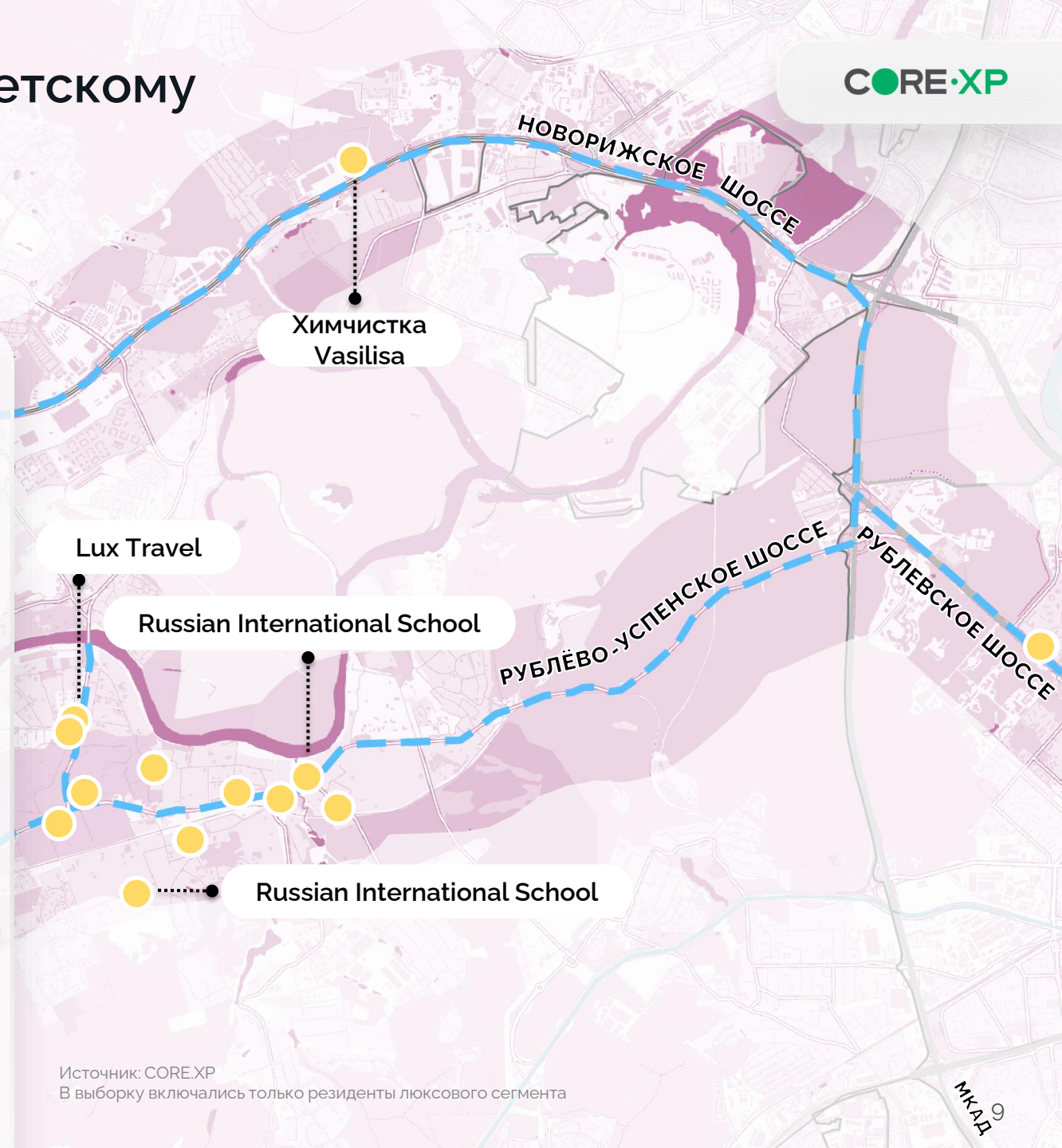
«Взрослый» люкс уступает место детскому

43% арендаторов категории Другие услуги и сервисы составляют частные школы и детские сады, ещё 19% – секции и мастер-классы для детей. Совокупно инфраструктура для детей формирует более половины предложения категории. Такая структура, вероятно, отражает состав аудитории как семей с детьми, постоянно проживающих за городом.

Расположение объектов вдоль Рублёво-Успенского и Новорижского шоссе позволяет родителям оставить ребёнка в школе или саду по пути в город или обратно, не совершая отдельной поездки

Сам факт присутствия премиальных детских учреждений может объясняться высокой концентрацией платёжеспособной аудитории: такие сервисы возникают там, где постоянно проживает потенциальный потребитель.

Подкатегории «Другие услуги и сервисы», по количеству, %



Источник: CORE.XP
В выборку включались только резиденты люксового сегмента

Дом под ключ: от умного дома до домашнего кинозала

Среди резидентов пригородной зоны в категории товаров для дома есть не только привычные мебельные салоны и текстиль, но и уникальные форматы, которые почти не встречаются в массовом ритейле. Их концентрация ярко говорит о предпочтениях целевой аудитории: спрос смещён к качественному обустройству собственного дома и созданию в нём особой атмосферы.

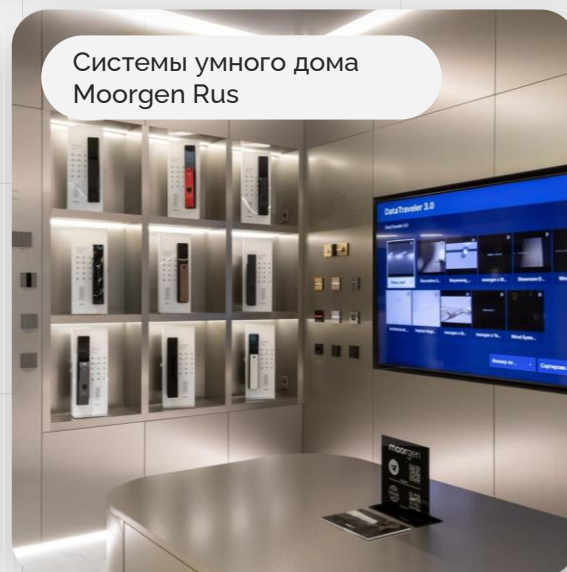
Так, например, в категории Товары и услуги для дома работают магазины **ковров ручной работы** (A. M Carpets), **лифтов** для частного дома (M-System), **систем умного дома** (Moorgen Rus, Unecom), аудио-, видеосистем и **домашних кинотеатров** (Focal&Naim, Blackroom), **электронных тиров** (Ltir. pro) и **сейфов** (Switzberg). Все они сосредоточены в интеръерном центре Casa Ricca Expo.

Общая черта многих из этих форматов – комплексный подход: салоны не просто демонстрируют продукцию, а берут на себя исполнение проекта целиком.

Например, Moorgen Rus предлагает системы умного дома и связанные с ними услуги – от подбора компонентов до проектирования и установки, а Blackroom специализируется на премиальных домашних кинотеатрах «под ключ»: от дизайн-проекта и акустической системы до подбора оборудования и финальной настройки.



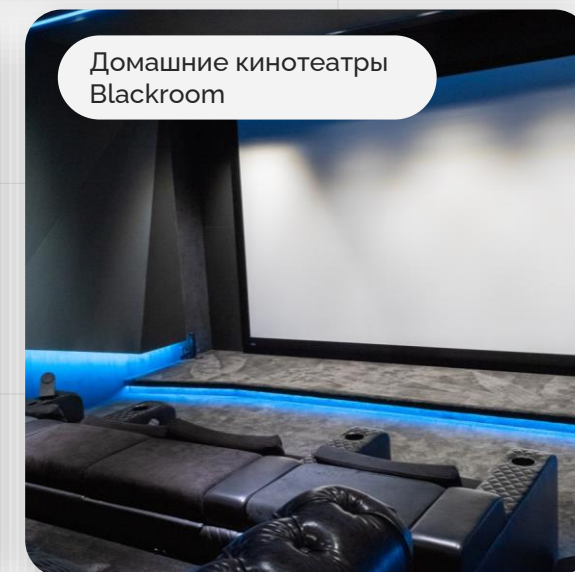
Сейфы
Switzberg



Системы умного дома
Moorgen Rus



Лифты
M-System



Домашние кинотеатры
Blackroom

Люксовый досуг без поездки в город: от яхтинга до полётов на вертолете

Люксовый досуг в пригородной зоне отличается от массового предложения прежде всего разнообразием форматов и индивидуальным подходом к организации отдыха.

Среди таких предложений – услуги **яхтинга** от Soho Grand Marine. Ещё один вариант необычного досуга в том же направлении – **полёты на вертолёте** (Хелипорт). Отдельную категорию составляют **Бани Малевича** с оригинальными концепциями парения.

Банный комплекс
Клуб Малевича



Сигарный клуб
Divan Cigar Club

Кроме того, среди резидентов особенно выделяются **эксклюзивные премиальные заведения для досуга**: например, сигарные клубы Divan Cigar Club и Club 54 в Жуковке. Их расположение рядом с элитными коттеджными посёлками идеально для целевой аудитории – клубы находятся в шаговой доступности от дома, что исключает необходимость поездки в город.

Наша команда



Евгения Прилуцкая

Директор, руководитель отдела по работе с торговыми площадями



Надежда Цветкова

Директор, руководитель направления аренды торговых помещений

Торговая недвижимость



Марина Жукова

Директор, руководитель отдела стратегического консалтинга и аналитики



Евгения Радько

Руководитель подразделения специальных исследований



Александра Гричишкина

Аналитик подразделения специальных исследований



Варвара Непомнячих

Младший аналитик подразделения управления данными и аналитики

Стратегический консалтинг и аналитика

